

Universidad del Salvador

Facultad de Ciencias de la Educación y Comunicación Social

Licenciatura en Periodismo

Tesis Monográfica/ Tesina:

***Casados con Hijos* como reflejo de la sociedad porteña**

Análisis del programa de humor *Casados con Hijos* a partir de las características y estereotipos que presentan sus personajes y su relación directa con los comportamientos, valores y costumbres de nuestra sociedad.

Realizado por Nicolás Della Vecchia

Directora de la Carrera de Periodismo: Prof. Mag. Ana Laura García Luna

Tutor/a designado de la tesis monográfica: Prof. Lic. Florencia Naudy.

Buenos Aires, Noviembre 2018

Mellinico.93@hotmail.com

Abstract:

En esta tesina se va a realizar un estudio en profundidad del programa “Casados con Hijos”, emitido por primera vez en el año 2005, por Telefe, y que después se siguió repitiendo de manera sucesiva hasta la actualidad por el mismo canal.

Fue una tira que revolución y marcó un quiebre con lo que eran las telenovelas habituales de los ochenta, noventa e incluso de los dos mil. Primero y principal, porque se trató de una Sitcom (comedia de situaciones), que es un tipo de serie televisiva cuyos episodios se desarrollan regularmente en los mismos lugares y con los mismos personajes. Además, suelen incluir risas grabadas o en vivo.

El objetivo es hacer un análisis a partir de las características y estereotipos que presentan los integrantes de la serie, así como su relación directa con los comportamientos, valores y costumbres propios que describen al porteño.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

ÍNDICE

1) Introducción.....	4
2) Capítulo 1: Marco Teórico.....	6
2.1) Teoría de los Estereotipos.....	6
2.2) Teoría Crítica.....	9
2.3) De los medios a las mediaciones.....	11
3) Capítulo 2: La historia de Telefe y las Sitcoms en el canal.....	15
3.1) Sitcoms norteamericanas y sus versiones nacionales en Telefe.....	25
3.1.a) La Niñera.....	25
3.1.b) ¿Quién es el jefe?.....	27
3.1.c) Hechizada.....	29
3.1.d) Loco por vos.....	32
3.1.i) Casados con Hijos.....	34
4) Capítulo 3: Descripción y análisis de los episodios.....	42
4.1) Método Cualitativo.....	42
4.2) Primera temporada.....	45
4.3) Segunda temporada.....	69
5) Conclusiones generales.....	93
5.1) Estereotipos.....	93
5.2) Factor socioeconómico.....	96
6) Referencias Bibliográficas	99

Introducción:

En esta tesina se va a realizar un estudio en profundidad del programa “Casados con Hijos”, emitido por primera vez en el año 2005, por Telefé, y que después se siguió repitiendo de manera sucesiva hasta la actualidad por el mismo canal.

Fue una tira que revolucionó y marcó un quiebre con lo que eran las telenovelas habituales de los ochenta, noventa e incluso de los dos mil. Primero y principal, porque se trató de una Sitcom (comedia de situaciones), que es un tipo de serie televisiva cuyos episodios se desarrollan regularmente en los mismos lugares y con los mismos personajes. Además, suelen incluir risas grabadas o en vivo.

El objetivo es hacer un análisis a partir de las características y estereotipos que presentan los integrantes de la serie, así como su relación directa con los comportamientos, valores y costumbres propios que describen al porteño.

Se buscará comprobar si el fenómeno “Casados con Hijos” logró que gran parte de los que consumieron la tira se vieran identificados en distintas cuestiones o puntos que tienen que ver con nuestro actuar en el día a día, así como en las actitudes ante determinadas situaciones.

Todo parte en base a la hipótesis planteada: que el éxito de esta sitcom argentina se debe a que transmite características, actitudes y roles propios del porteño.

Con respecto a lo académico, nos volcaremos en tres teorías para abordar el estudio:

La primera es la teoría de los estereotipos, aportada por Walter Lippmann en el año 1922 y siendo totalmente innovador en sus conceptos.

La segunda es la Teoría Crítica, a partir de una idea aportada por Herbert Marcuse en 1964 llamada “el hombre unidimensional”, donde sostenía que los individuos terminan “siendo lo que tienen” y habla de un sistema en donde todo conspira a favor del capitalismo.

Por último, la teoría “De los medios a las mediaciones” de Martín Barbero, quien habla de la televisión como un artefacto que difunde una expresión de la cultura y que

integra otros sistemas de mayor envergadura como el político y el económico. Además, habla de que el contenido que aparece en pantalla trata de asemejarse a lo cotidiano en cuanto al discurso o lo que se intenta mostrar.

El método que se utilizará para realizar el estudio será el Método Cualitativo, típico de las ciencias no duras, que es de gran utilidad para describir detalladamente determinados hechos, situaciones, personas, comportamientos e interacciones.

La técnica elegida será la Observación No participante, donde se limitará únicamente a obtener información del objeto siendo meramente un espectador, y se utilizarán variables Cualitativas. Éstas últimas, hacen alusión a aquellas cualidades que no se las puede medir numéricamente.

Para evitar una selección sesgada de los capítulos, se elegirán ocho capítulos de la primera temporada y ocho de la segunda de manera aleatoria.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Capítulo 1

Marco Teórico:

Teoría de los Estereotipos:

Esta teoría es introducida por Walter Lippmann en el año 1922. Fue un intelectual estadounidense nacido en el 1889, que ejerció de periodista, crítico de medios y comentarista político. En uno de sus tantos libros publicados, Lippmann habló sobre los procesos de formación de la opinión pública, aportando el concepto de estereotipos, un término desconocido para la época que terminó siendo bastante innovador y revolucionario.

Sostenía que la relación cognoscitiva con la realidad externa no es directa, sino que se realiza a través de las imágenes mentales que cada uno se forma de esa realidad, que por lo general no es la verdadera, sino que está condicionada y distorsionada por los propios medios de comunicación.

Es sumamente interesante analizar el papel que tienen los medios y la televisión hoy, porque las series, las novelas, las películas; también reflejan una mirada tendenciosa, subjetiva y poco real de lo que en realidad es nuestro mundo y cultura. El problema no son los arquetipos en sí, sino la utilización de los mismos de manera sesgada.

Esta teoría se elaboró hace casi 100 años. En aquella época no existía la televisión, la radio, los celulares, ni ningún artefacto tecnológico que se les parezca. Lo que hace aún más valorable esta postura que aportó Lippmann, guiado únicamente por el poder que tenían los medios gráficos: diarios, revistas, etc. Hoy nos enfrentamos a un bombardeo de información que es realmente temible, y no sólo eso, esa reducción simplista de la realidad es aún más pronunciada en la actualidad.

Con la aparición de la televisión los tiempos fueron cambiando. Las programaciones fueron aumentando progresivamente y, como consecuencia de ello, las grillas. A partir del

desarrollo de todo este largo proceso, cada vez se cuenta con menos tiempo para contar lo que pasa. Se tiene que seleccionar, elegir y formar estructuras simples para que sean captadas de manera rápida y eficiente por quienes consumen ese material; dejando en un segundo plano si se asemeja o no con la “verdad”.

Lo interesante aquí es que no sólo ocurre con medios o programas informativos, sino que también se da con las series y las novelas. Las ficciones buscan generar la identificación del público, que provoque apego y contagio en los televidentes. Motivo por el cual, en cada uno de los personajes que se construye, se intenta colocar rasgos o características que compartan el denominador común de las personas. Y esto es algo tan atractivo como peligroso, porque puede terminar confundiendo a la audiencia, o siendo extremistas, generando falsas creencias.

El hecho de ignorar aquellos datos o informaciones que se contradicen a los estereotipos habituales, hace que al fin de cuentas siempre veamos la misma postura o el mismo ángulo de una realidad tan compleja, pero es algo que ocurre y es vital para el éxito de una novela, mini serie o noticiero.

Sin embargo, Lippmann cree que la conformación de estos arquetipos es necesaria, afirmando que la mente humana no está en condiciones de comprender y de tratar la infinita variedad de gamas y de complejidades que presenta nuestro entorno. Tampoco contamos con el tiempo para conocer a los demás de manera profunda y eficiente, por eso, estos esquemas protegen a la mente humana, son una especie de burbuja que rechaza todo aquello que no concuerde con ellas.

Lo que se desprende de este punto es otra cuestión que destaca el autor: y es que nos dan esa sensación de seguridad, de que conocemos el mundo en que habitamos, aunque en verdad no sea así.

“Los estereotipos podrán no darnos una imagen completa, pero sí la imagen de un mundo posible al cual nos hemos adaptado” (Lippmann, 1922/1964:79), expresa en su libro *Public Opinion*. Y agrega que “lo que hace al hombre no se basa en el conocimiento directo y seguro, sino en la imágenes hechas por él mismo o que le han sido dadas. La manera en que imaginan el mundo determina en todo momento lo que harán los hombres” (Lippmann, 1922/1964:27).

Adorno también habla de los estereotipos de Lippmann: el autor sostiene que la industria cultural hizo que triunfara el capitalismo, en el sentido de que se interesa por los individuos como clientes y empleados, y con probabilidades de transformarse en una serie de protocolos a futuro. Al igual que Lippmann, afirma que:

“cuanto más se materializan y se esclerotizan los estereotipos, es menos probable que las personas modifiquen sus ideas preconcebidas con el progreso de su experiencia. Cuanto más obtusa y complicada se torna la vida moderna, mayor es la propensión de las personas a apagarse a clichés que parecen conllevar un cierto orden en lo que de otra forma sería incompresible” (Adorno, 1954: 390)

Esto es lo que ocurre en el programa “Casados con Hijos”, pues se intenta tomar rasgos, características y comportamientos que son “propios” de los porteños, y los van colocando en cada uno de los personajes del programa. Pero no toman todos, sino que hacen una selección, quedándose con los que a priori resultan más representativos o tengan mayores probabilidades de generar una identificación. Luego se los exagera para generar el humor.

La teoría de los estereotipos está ampliamente vinculada con la de Cultivo, desarrollada por Gerbner. El autor y propietario de esta idea remarcaba que la televisión socializa, es decir, cultiva. Nos aporta una visión común del mundo, difunden ciertos valores, describen ambientes y culturas. Y, a pesar de que el objetivo de esta tesis se centra en el análisis del programa “Casados con Hijos”, se relaciona con un aspecto del cual habla Lippmann y que es el hecho de que cuando la televisión cumple una función que va más allá de entretener, puede tornarse una herramienta peligrosa y destructiva. Y más aún cuando el público se expone mucho tiempo consumiendo de la televisión.

Teoría Crítica

Alrededor de los años 40, Adorno y Horkheimer desarrollan el concepto de industria cultural por primera vez en la “Dialéctica de la Ilustración”, un texto que comenzaron a escribir en 1942 pero que recién se publicó cinco años más tarde. Lo que hacen es analizar la producción industrial de los bienes culturales como movimiento global de producción de la cultura como mercancía. La industria cultural proporciona bienes estandarizados para satisfacer las numerosas demandas identificadas. Lo que genera todo este modelo industrial es que se conforme una cultura de masas que esté compuesta por una cierta cantidad de objetos que desembocan de manera irrevocable en la serialización-estandarización y división del trabajo.

Herbert Marcuse, filósofo de la Escuela de Francfort que vivió entre los años 1898 y 1979, tomó el concepto empleado por estos dos autores y agregó un nuevo término: “el hombre unidimensional”. Ese fue el nombre del libro que sacó en 1964, escrito que ha generado una influencia importante en la lucha ideológica de la época. Lo que buscaba el autor en ese momento era “desenmascarar las nuevas formas de la dominación política: bajo la apariencia de la racionalidad de un mundo conformado cada vez más por la tecnología y la ciencia, se manifiesta la irracionalidad de un modelo de organización de la sociedad que, en lugar de liberar al individuo, lo sojuzga”. (Mattelart, 1964: 60)

Marcuse cree que esta nueva sociedad terminó matando el pensamiento crítico y de hecho, los individuos terminan “siendo lo que tienen”. Habla de un sistema en el que todo conspira a favor del capitalismo, del consumismo. El hombre está en manos de una sociedad que lo manipula a su antojo: “el consumidor no es soberano, como la industria cultural desearía hacer creer, no es su sujeto sino su objeto” (Adorno, 1967:6). A medida que las posiciones de la industria cultural se hacen más sólidas y estables, las probabilidades de que éstas actúen sobre las necesidades de los consumidores aumentan notablemente, y no sólo eso, sino que también las dirigen, las orientan a su antojo.

En medio de un entorno tecnológico, en donde cada vez aparecen artefactos nuevos que nos bombardean de manera incesante, este hombre “unidimensional” termina creyendo que todos pueden acceder a ello, es decir, que todo ciudadano cuenta con una igualdad

equilibrada con respecto al otro. Y todo esto con el aporte de, por ejemplo, los medios de comunicación. Los media fueron organizados por la propia industria cultural, con el objetivo final de seducir a los espectadores / potenciales consumidores. Algunas veces, estos mensajes que emiten buscan influir de manera directa, pero en la mayoría de los casos se hace de forma estratégica, para superar las barreras y resistencias psicológicas en los consumos.

Entonces, se genera una gran contradicción entre la realidad de los individuos en el día a día y la ficción que presenta el sistema de las industrias culturales. Una de las características que definen estos individuos unidimensionales es que terminan apegándose a esa ilusión irrisoria de que gozan de una igualdad que no existe. Sin darse cuenta, entran en una vorágine de consumo que no para. Se van creando todo el tiempo necesidades. Lo que tenías un mes atrás ahora no sirve, y si no lo comprás, estás afuera de este sistema.

Se trabaja con bienes de tipo estándar y bajo una organización profunda, que lo que en definitiva hace es ofrecer algo que aparenta ser “nuevo” para nuestros sentidos, pero que en verdad es lo mismo pero maquillado con diferente color y diseño. Al fin al cabo, la industria consigue su meta: que es que el hombre ingrese en este circuito de demanda constate.

Termina ampliándose aún más la brecha entre los que pueden y los que no. El trabajo y el dinero terminan definiendo esto, generando la angustia de aquellos que no pueden acceder a esos bienes y servicios que se presentan como necesarios para subsistir. Lo que en definitiva quiere demostrar Marcuse es que estamos sumergidos en un sistema en donde el consumismo y la manera en la que se vive, priorizando lo material, termina agigantando la brecha y el odio entre las diferentes clases.

Esto se ve en el programa Casados con Hijos, es decir, los Argento son una familia de clase media- baja, integrada por cuatro personas: padre- madre y dos hijos. De esos integrantes, tan sólo trabaja Pepe, quien tiene una zapatería precaria que apenas le permite vivir bien. No les falta nada pero, a la vez, no les sobra. Pueden satisfacer las necesidades básicas pero sin los lujos que se pueden dar sus amigos vecinos.

Mónica es la ama de casa de la familia. Permanece todo el día dentro de las cuatro paredes mirando telenovelas y consumiendo las publicidades de la televisión: esto implica